

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENYEWA KIOS (Studi Kasus: Metropolitan City)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada
Jurusan Teknik Industri

Oleh:

Eko Purwanto
10752000172



**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
PEKANBARU
2014**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENYEWA KIOS (Study Kasus: Metropolitan City)

TUGAS AKHIR

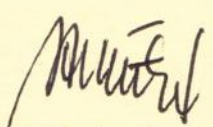
Oleh :

Eko Purwanto
10752000172

Telah dipertahankan didepan sidang dewan penguji
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 10 Februari 2014

Pekanbaru, Februari 2014
Mengesahkan,

Dekan


Dra. Hj. Yenita Morena, M.Si
NIP. 19601125 198503 2 002

Ketua Jurusan


Ismu Kusumanto, M.T
NIP. 19730412 200710 1 002

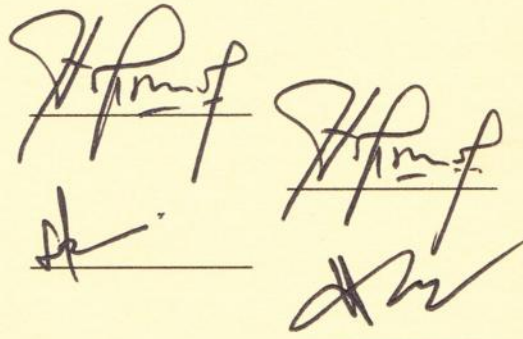
DEWAN PENGUJI :

Ketua : Ismu Kusumanto, M.T

Sekretaris : Ismu Kusumanto, M.T

Anggota I : Suherman, M.T

Anggota II : Dewi Diniaty, ST., M.EcDev



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENYEWA KIOS (Study Kasus: Metropolitan City)

EKO PURWANTO
(10752000172)

Tanggal Sidang : 10 Februari 2014
Tanggal Wisuda : Juli 2014

Jurusan Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
Pekanbaru

ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang serta mendapatkan laba. Tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisa faktor-faktor penyebab berkurangnya minat penyewa kios di Metropolitan City, Merancang strategi pemasaran kios di Metropolitan City sehingga di peroleh occupancy 100%. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner, dengan metode Analisis Klaster menggunakan program SPSS sebagai alat perhitungan yang digunakan. Dari hasil perhitungan menggunakan metode klaster diperoleh klaster terpilih adalah klaster ke dua dengan jumlah 27 responden. Adapun karakteristik responden pada klaster 2 adalah menyukai harga yang murah, harga sesuai pendapatan, harga sesuai pasaran, harga sesuai manfaat, menyukai tempat yang mudah dijangkau, aman, memiliki akses yang lancar, nyaman dan bersih, tertarik menyewa karena promosi dan pemasaran yang cukup bagus, serta yang terakhir responden memperoleh informasi penyewaan kios dengan bertanya langsung pada pihak MTC. Kepada pihak MTC jika ingin kios yang berada dilantai dua MTC semakin banyak peminatnya diharapkan melakukan suatu acara atau event yang menarik dilantai dua agar pengunjung atau konsumen banyak yang tertarik ke lantai dua sehingga menarik peminat penyewa. Kedua, lebih gencar melakukan promosi dengan cara yang menarik karena promosi merupakan cara untuk mengenalkan suatu produk ke pasaran, sehingga dengan sering melakukan promosi diharapkan para calon penyewa terpengaruh dan tertarik untuk menyewa. Terakhir melakukan pengklasteran pada penyewa kios agar mengetahui karakteristik dari para penyewa serta memenuhi karakteristik pada klaster terpilih sebagai strategi pemasaran.

Kata Kunci : Pemasaran, Analisis Klaster, Bauran *Marketing Mix*.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil' alamin, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam dan sumber segala ilmu, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada Penulis sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Selain sebagai salah satu syarat kelulusan, Laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penyewa Kios (Studi Kasus : Metropolitan City)”, disusun untuk menambah khasanah keilmuan Teknik Industri. Namun, dengan segala keterbatasan yang ada, kekurangan dan kesalahan yang tak terhindarkan, maka segala saran dan kritikan yang konstruktif sangat dibutuhkan.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, Penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Nazir, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dra. Hj. Yenita Morena, M.Si selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Ismu Kusumanto, M.T selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Tengku Nurainun, M.T selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Ismu Kusumanto, M.T selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikirannya dalam memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.
6. Bapak Ismu Kusumanto, M.T selaku ketua sidang memberikan masukan dan saran demi membangun ke arah sempurnanya laporan tugas akhir ini.
7. Ibu Misra Hartati, M.T Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan fikirannya.

8. Bapak Suherman, M.T selaku penguji satu yang selalu memberikan masukan dan telah meluangkan waktunya demi membangun ke arah sempurnanya laporan tugas akhir ini.
9. Ibu Dewi Diniaty, S.T., M.EcDev selaku penguji dua yang selalu memberikan masukan demi kelancaran penulisan laporan tugas akhir ini.
10. Kedua orang tuaku (Ayah: Tukijan dan Ibu: Samirah). Terima kasih atas do'a, semangat serta dukungan moril dan materil yang telah diberikan, mudah-mudahan ini adalah langkah awal untuk Ananda dalam meraih cita-cita dan kesuksesan dimasa yang akan datang, amin.
11. Buat Adikku: Duwi Surahman, Uli, dan Nia. Keponakanku yang Imut dan pintar (Wilianti), terimakasih atas dukungan dan do'a yang diberikan serta selalu memberikan motivasi untuk terus maju kedepan.
12. Buat temen sependeritaanku Agus Satria ST, Didik Kuncoro ST, dan Roby Surya Rahman ST yang banyak memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini serta sahabat-sahabat terbaikku, Hendriadi ST, Nanang ST, Sri Andayanti ST, Lasari, Ferdi Fernando ST, Chairum Bahri ST, Berry ST, Fahdiansyah ST, Hernowo ST, Habibi, Sukhairi Efendi, Bayu Eko Suharto, Afriadi ST, Multy Tejok ST, Riana, Rafa'I, Arif Fadilah ST, Deafano, Adi Wijaya ST, thank's atas dukungan dan kebersamaannya selama ini. Mudah-mudahan kedepannya akan dapat sama - sama meraih kesuksesan. Aamiin.

Akhirnya kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan tersebut, Penulis hanya dapat memanjatkan do'a, semoga bantuan, kebaikan dan pengorbanan yang diberikan mendapat balasan kebaikan yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin.

WassallamualaikumWr. Wb.
Pekanbaru, Februari 2014

EKO PURWANTO
10752000172

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Rumusan Masalah	I-4
1.3 Tujuan Penelitian	I-4
1.4 Manfaat Penulisan Laporan.....	I-5
1.5 Batasan Masalah.....	I-5
1.6 Posisi Penelitian	I-5
1.7 Sistematika Penulisan	I-7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran	II-1
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	II-1
2.3 Strategi Bauran Marketing Mix	II-2
2.3.1 Bauran Produk.....	II-3
2.3.2 Bauran Harga	II-3

2.3.3	Bauran Tempat	II-4
2.3.4	Bauran Promosi	II-5
2.4	Perilaku Konsumen	II-7
2.5	Keputusan Pembelian Konsumen	II-9
2.6	Analisis Kluster	II-13
2.6.1	Bagaimana Analisis Kluster Dilakukan	II-15
2.6.2	Bagaimana Kesamaan Diukur	II-15
2.6.3	Membentuk Kluster	II-16
2.6.4	Manfaat Kluster	II-17
2.6.5	Keunggulan Analisis Kluster	II-18
2.6.6	Keterbatasan Analisis Kluster	II-19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan	III-1
3.2	Study Pustaka	III-1
3.3	Survei Lapangan.....	III-2
3.4	Identifikasi Masalah	III-2
3.5	Perumusan Masalah	III-2
3.6	Penetapan Tujuan Penelitian	III-2
3.7	Batasan Masalah.....	III-2
3.8	Populasi	III-3
3.9	Pengumpulan Data	III-3
3.9.1	Pembuatan Kuesioner	III-3
3.9.2	Penetapan Variabel	III-4
3.9.3	Penetapan Skala	III-4
3.9.4	Membuat Pertanyaan.....	III-4
3.9.5	Penyebaran Kuesioner	III-5
3.10	Pengolahan Data.....	III-5
3.10.1	Uji Validitas	III-5
3.10.2	Uji Reliabilitas	III-5
3.11	Metode Analisis	III-6
3.11.1	Analisis Statistik Deskriptif	III-6
3.11.2	Analisis Kluster.....	III-6

3.12 Hasil dan Analisis	III-7
3.13 Penutup.....	III-7
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1 Pengumpulan Data	IV-1
4.1.1 Profil Perusahaan	IV-1
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	IV-1
4.1.3 Struktur Organisasi	IV-2
4.2 Pengolahan Data.....	IV-1
4.2.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	IV-4
4.2.2 Responden Menurut Usia.....	IV-4
4.2.3 Responden Menurut Status	IV-5
4.2.4 Responden Menurut Penghasilan Per Bulan	IV-5
4.2.5 Uji Validitas	IV-6
4.2.6 Uji Reliabilitas	IV-7
4.2.7 Distribusi Jawaban Responden	IV-7
4.3 Analisis Kluster	IV-9
BAB V ANALISA	
5.1 Analisis Kluster Pertama	V-1
5.2 Analisis Kluster Kedua.....	V-2
5.3 Analisis Kluster Ketiga	V-4
5.4 Penyebab Penurunan Penyewa.....	V-7
5.5 Strategi Pemasaran	V-7
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	VI-1
6.2 Saran.....	VI-4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN